



Kære medlem af Skatteudvalget

Jeg og mine medlemmer fulgte med stor interesse samrådet med Skatteministeren torsdag d. 10. december om L106, der indfører en afgiftsstigning på onlinespil og væddemål.

Skatteministeren kommer i løbet af samrådet med en række påstande og udsagn om spillebranchen og vores arbejde med Adfærdskodekset, som vi i branchen ikke opfatter som retvisende eller fair, hvorfor jeg føler det nødvendigt at rette henvendelse til jer.

Adfærdskodekset var en del af *Aftale om nye tiltag mod spilafhængighed og justering af spil-aftale* fra den 29. juni 2018. I aftaleteksten bliver særligt pop-up vinduer og spilreklamer nævnt som områder, der skulle drøftes med branchen og reguleres af adfærdskodekset.

Så sent som i juni 2020 skrev vi til Skatteministeren for at fortælle om de nye skærper i Adfærdskodekset, som vi havde indført, og for at komme med forslag til nye lovtiltag, der ville kunne hæve forbrugersikkerheden på det danske spillemarked yderligere. Det gælder eksempelvis:

- at give spiludbydere adgang til at tjekke spillere i RKI, så vi bedre kan forebygge utilsigtet spilaktivitet,
- at hæve aldersgrænsen til +18 på alt spil
- At gøre det lovpligtigt at være tilsluttet Spilreklamenævnet – et nævn som branchen selv har oprettet for at sørge for en god markedsføringskultur.

Vi har i branchen i løbet af 2019 gennemført næsten alle de lovede ting, som vi blev opfordret til i den politiske aftale. Og i løbet af 2020 har vi bygget oven på adfærdskodekset med en række nye ansvarlighedstiltag, som ikke var nævnt i aftalen fra 2019.

Vi har bredt i branchen indført pop-up vinduer (såkaldte **"reality-checks"**), der informerer spilleren om deres tids- og pengeforbrug, og som beder dem aktivt vælge at spille videre – et tiltag, som vi i Spillebranchen i øvrigt har foreslået at gøre lovpligtigt.

Vi har også arbejdet med en mere **ansvarlig markedsføring** – bl.a. ved ikke at bruge udtryk, som "skynd dig – spil nu!" eller "det er nu eller aldrig!" som opfordrer til hastværk og uovervejede beslutninger, og ved at aftale, at der ikke må bruges personer under 25 år eller personer, der kan opfattes som "autoriteter" med en særlig indsigt i spillet i reklamerne.

Endelig søsatte Spillebranchens medlemmer en tv-kampagne, som vi kørte hen over sommeren for ansvarligt spil.

Det eneste, som vi ikke kom i hus med fra 2018-aftalen, var at aftale en begrænsning af antallet af tv-reklamer. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen fortalte os til et møde i 2019, at det *ikke er tilladt* for spilbranchens aktører – der jo er konkurrenter i markedet - at lave aftaler om **reklamemængde** eller visning i tv-reklameblokke. En sådan aftale ville blive anset for at være konkurrenceforvridende. Derfor frustrerer det os, at Skatteministeren på samrådet får det til at lyde som om, at vi ikke har villet bidrage til et trygt spillemarked i balance.

I 2010, da daværende Skatteminister fremsatte *Lov om spil*, der implementerede *Aftale om delvis liberalisering af spillemarkedet*, udtalte han, at en af argumenterne for liberaliseringen var at *”danskernes spil kanaliseres ind i regulerede og kontrollerede rammer”*. Dette synspunkt blev i øvrigt delt af et bredt politisk flertal. Vi er bekymrede over, at en høj kanaliseringsgrad tilsyneladende ikke længere er noget, man fra politisk hold aktivt vil søge.

En høj kanaliseringsgrad betyder, at man har et attraktivt marked – i modsætning til det ulovlige/uregulerede marked. Dette princip ligner den situation vi også ser med andre afgiftsbelagte produkter, der er udsat for konkurrence fra grænse- og illegal handel. En høj kanaliseringsgrad betyder dermed, at danske spillere vælger den forbrugersikkerhed til, og ikke oplever tilbuddet fra det ulovlige/uregulerede marked som tilstrækkelig godt til at trække spillerne væk fra den tryghed, der findes på det regulerede marked, og samtidig får den danske stat får glæde af afgiftsindtægterne.

Afgiftsstigningen på onlinespil og væddemål skaber ikke et mere attraktivt marked. Tværtimod presser det prisfølsomme spillere ud af markedet og ind i armene på ulovlige og uregulerede udbydere, der ofte opererer på markeder, hvor der *helt sikkert ikke er vilje til*, ej heller lovkrav om at beskytte forbrugerne.

Spillebranchen vil et spillemarked i balance, hvor vi bedst muligt sørger for, at spil er sjovt – og ikke et problem. Det betyder også, at vi hele tiden skal kigge på balancen og stramme når det er nødvendigt, men den foreslåede afgiftsstigning vil med meget stor sandsynlighed sende spillere væk fra det lovlige marked og skabe problemer mange år frem.

Jeg er altid til rådighed for spørgsmål eller kommentarer.

Med venlig hilsen

Morten Rønde
Administrerende direktør i Spillebranchen